

VÁLLALKOZÓI  
**KOMPETENCIAFEJLESZTÉS**  
A DIGITÁLIS VILÁGBAN

# Piackutatás - az ötleted validálása



A piackutatás egy üzleti módszer, amely során kvantitatív és kvalitatív **adatokra** támaszkodva, primer és szekunder forrásokból adatot gyűjtünk a **piacról**, hogy aztán ezek alapján a **legjobb döntéseket** tudjuk meghozni.

**A piackutatás nem más, mint adatgyűjtés.  
Amit pedig kapsz: **Információ.****





# Piackutatás módszerei

**Primer és szekunder kutatás**  
**Kvantitatív és kvalitatív kutatás**

## Primer kutatás

**Elsődleges forrásból származó információk gyűjtése  
(primer = elsődleges), tehát saját magunk által  
gyűjtött adatok.**

### Például:

- **Saját látogatottsági adatok**
- **A vállalkozásunk bevétele**
- **Termékünk pontos ára**



**Másodlagos forrásból származó információk gyűjtése (szekunder = másodlagos), tehát mások által már összegyűjtött adatok.**

**Például:**

- **Iparági felmérések**
- **Piaci kutatások**
- **Statisztikai hivatalok által közzétett adatok**

## Kvantitatív kutatás

**Ez a piackutatási módszer a számokkal kimutatható adatokat gyűjti és elemzi (kvantitatív = mennyiségi).**

**Például:**

- **Átkattintási arány (CTR)**
- **Konverzió**
- **Bevétel**

## **Kvalitatív kutatás**

**Ez a piackutatási módszer a számokkal nem kimutatható adatok gyűjti és elemzi (kvalitatív = minőségi).**

**Például:**

- **Vélemények**
- **Kérdőívek**
- **Visszajelzések**

# 1. Konkurenciaelemzés



# 1. Konkurenciaelemzés

## 2. Látogató forgalom

- 1. Konkurenciaelemzés**
- 2. Látogató forgalom**
- 3. Keresési forgalom**

- 1. Konkurenciaelemzés**
- 2. Látogató forgalom**
- 3. Keresési forgalom**
- 4. Trendek, aktualitások, szezonális**
- 5. Bevételi adatok**

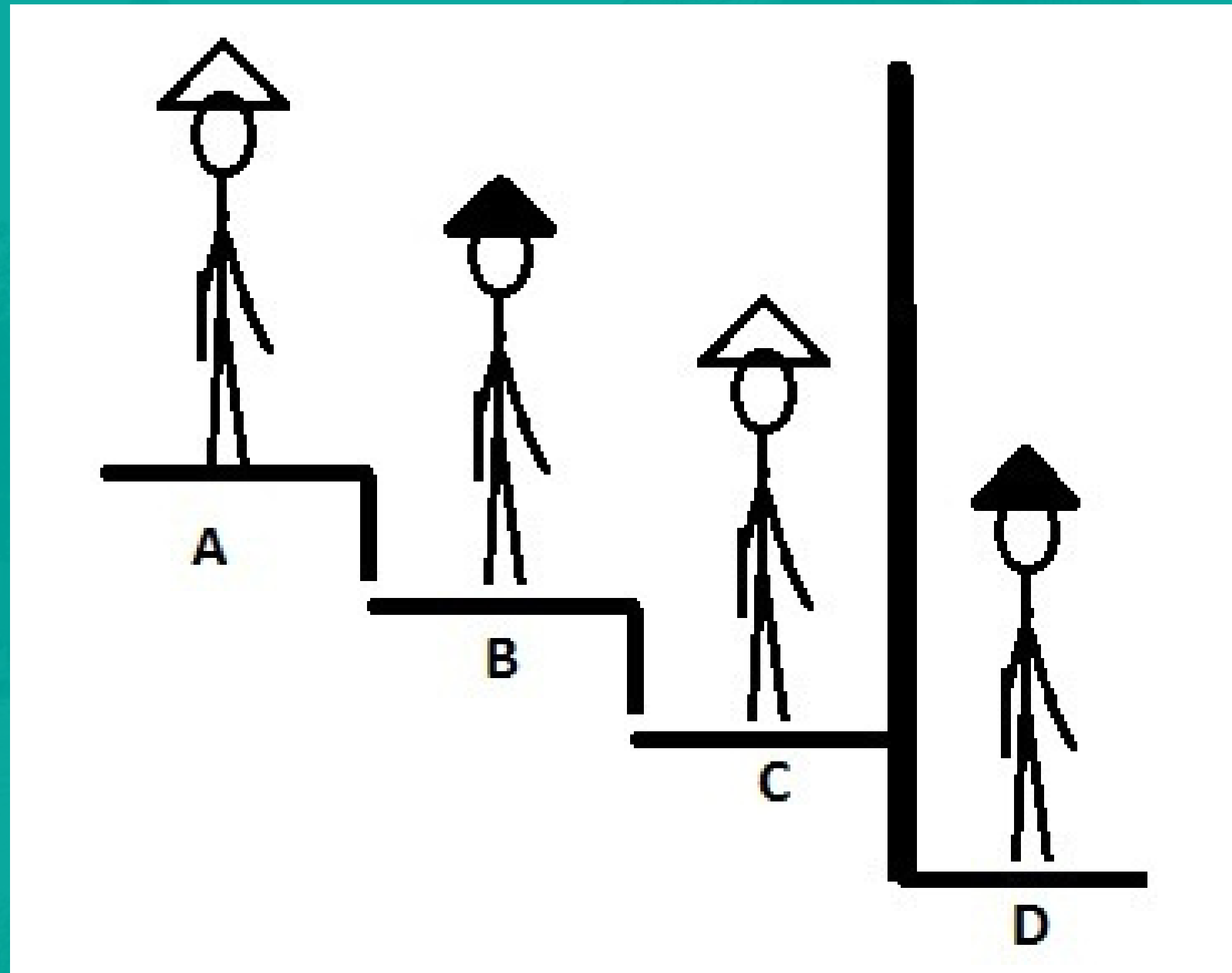
- 1. Konkurenciaelemzés**
- 2. Látogató forgalom**
- 3. Keresési forgalom**
- 4. Trendek, aktualitások, szezonálitás**
- 5. Bevételi adatok**



# Feedback gyűjtés Beszéljess az ügyfelekkel

# FELADVÁNY

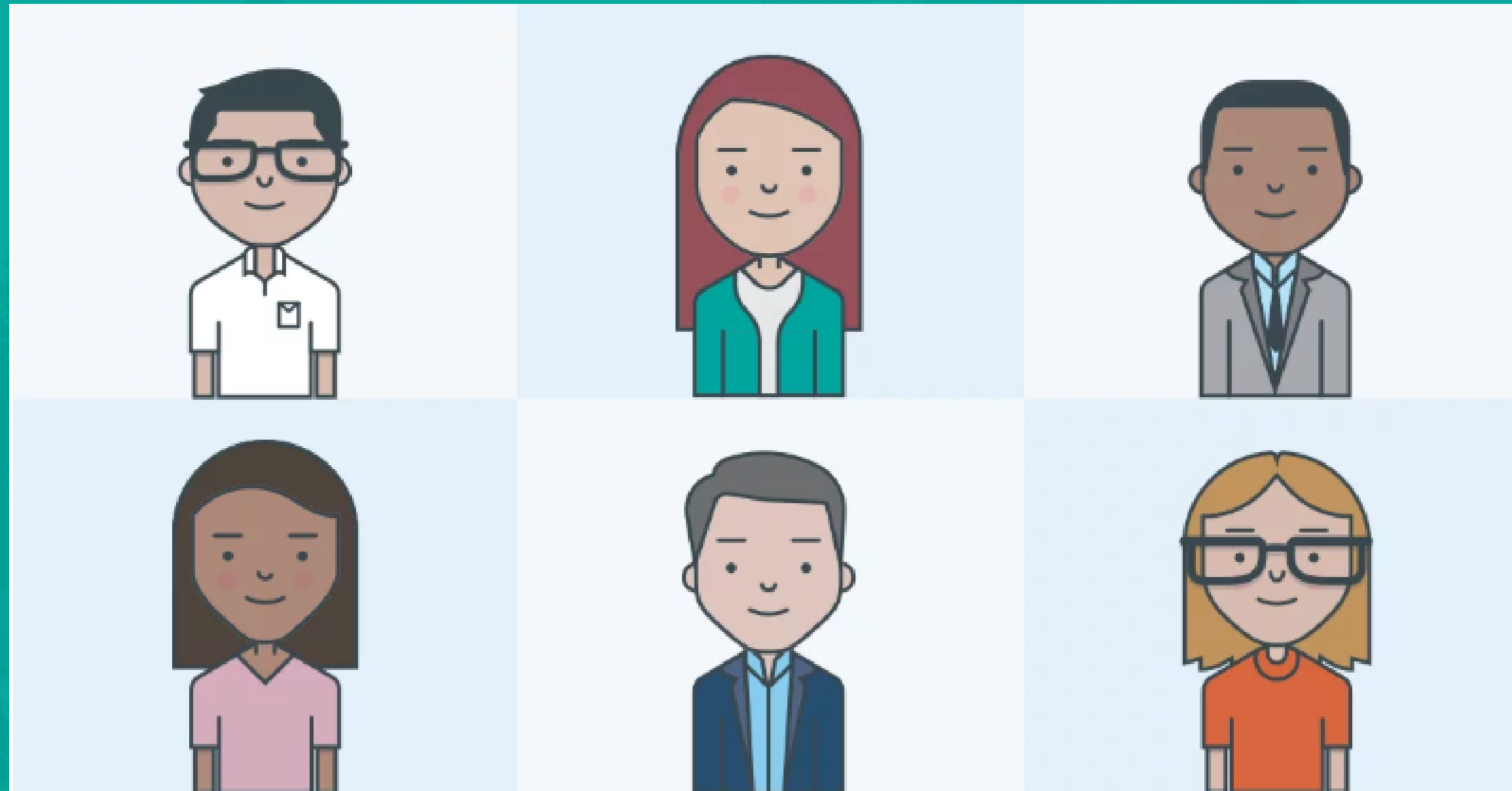
MENTI.com 4729 2705



# MI A MARKETING?



# 1. ÜGYFÉLKUTATÁS



# 2. KONKURENCIA



# 3. SZAKOSODÁS



# 3.SZAKOSODÁS

## GENERALISTA

# 3. SZAKOSODÁS

## SZAKOSODOTT GENERALISTA



# 3. SZAKOSODÁS

**EXTRÉM SZAKOSODÁS**  
**SZAKOSODOTT**  
**GENERALISTA**

# 3. SZAKOSODÁS

**HÍRESSÉG (GURU)**  
**EXTRÉM SZAKOSODÁS**  
**SZAKOSODOTT**  
**GENERALISTA**

# 4. MEGKÜLÖNBÖZTETÉS



# 5. PIACI ELHELYEZKEDÉS



**miro**

# 6. FÓKUSZ (TERMÉK SZOLGÁLTATÁS)



# 7. ÁRAZÁS



# 7. ÁRKÉPZÉS

**KÖLTSÉG ALAPÚ  
ÁRKÉPZÉS  
COST BASED  
PRICING**

**ÉRTÉK ALAPÚ  
ÁRAKÉPZÉS  
VALUE BASED  
PRICING**

# 8. PIACI ÜZENET

**KINEK?**

**MIT?**

**HOL?**

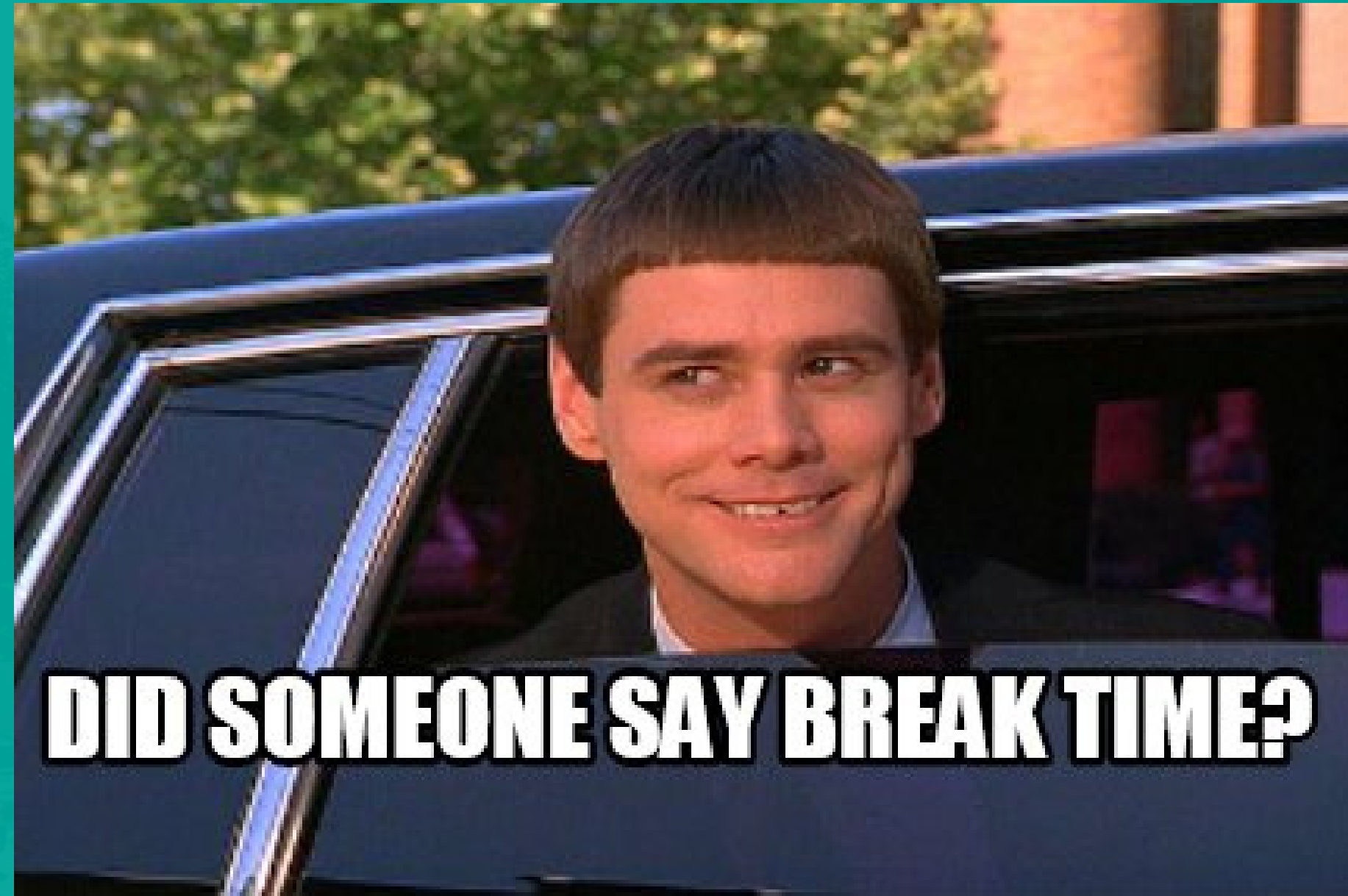


# 9. LIFETIME VALUE



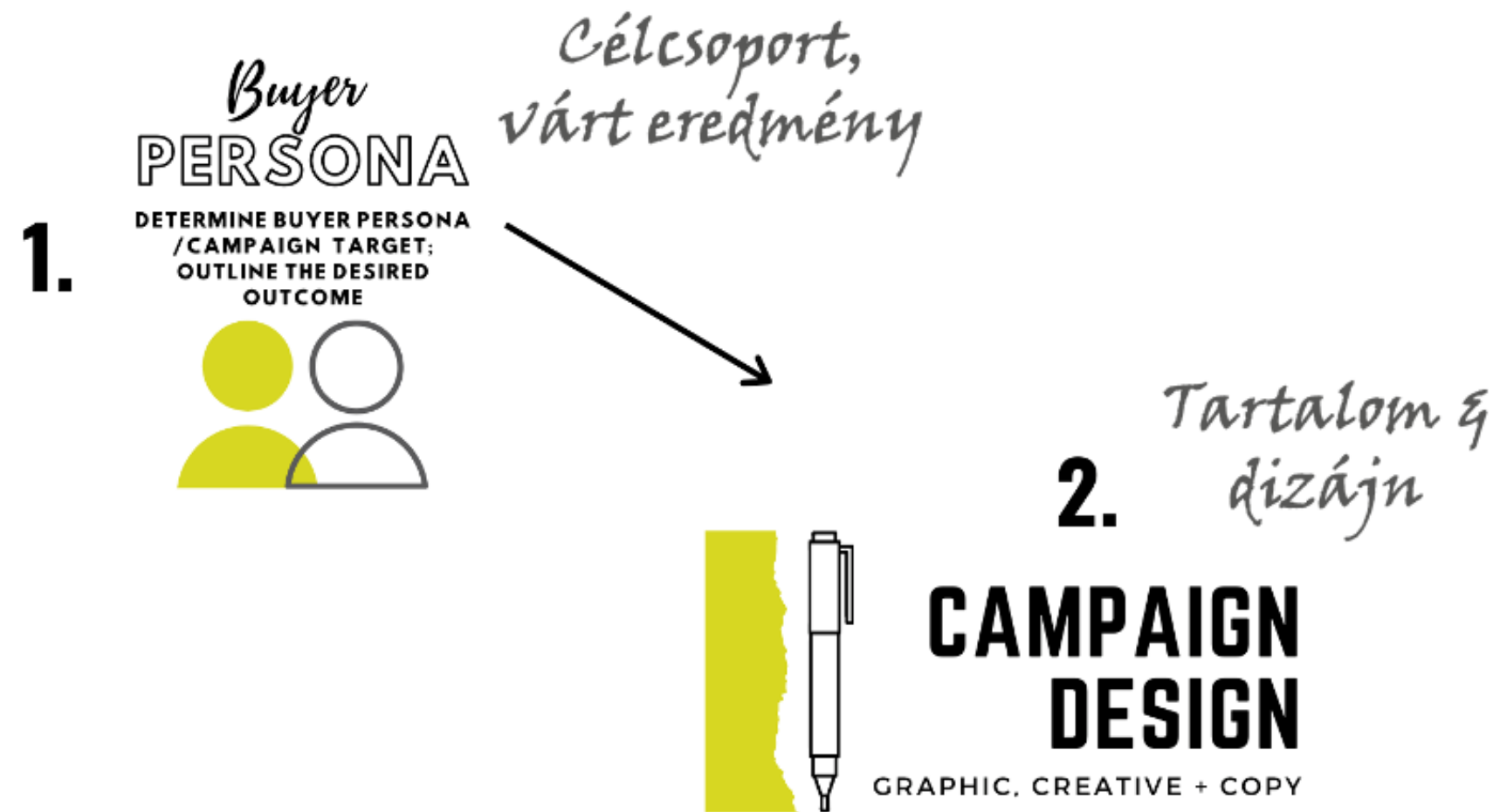
# THIS IS AN AWARENESS TEST

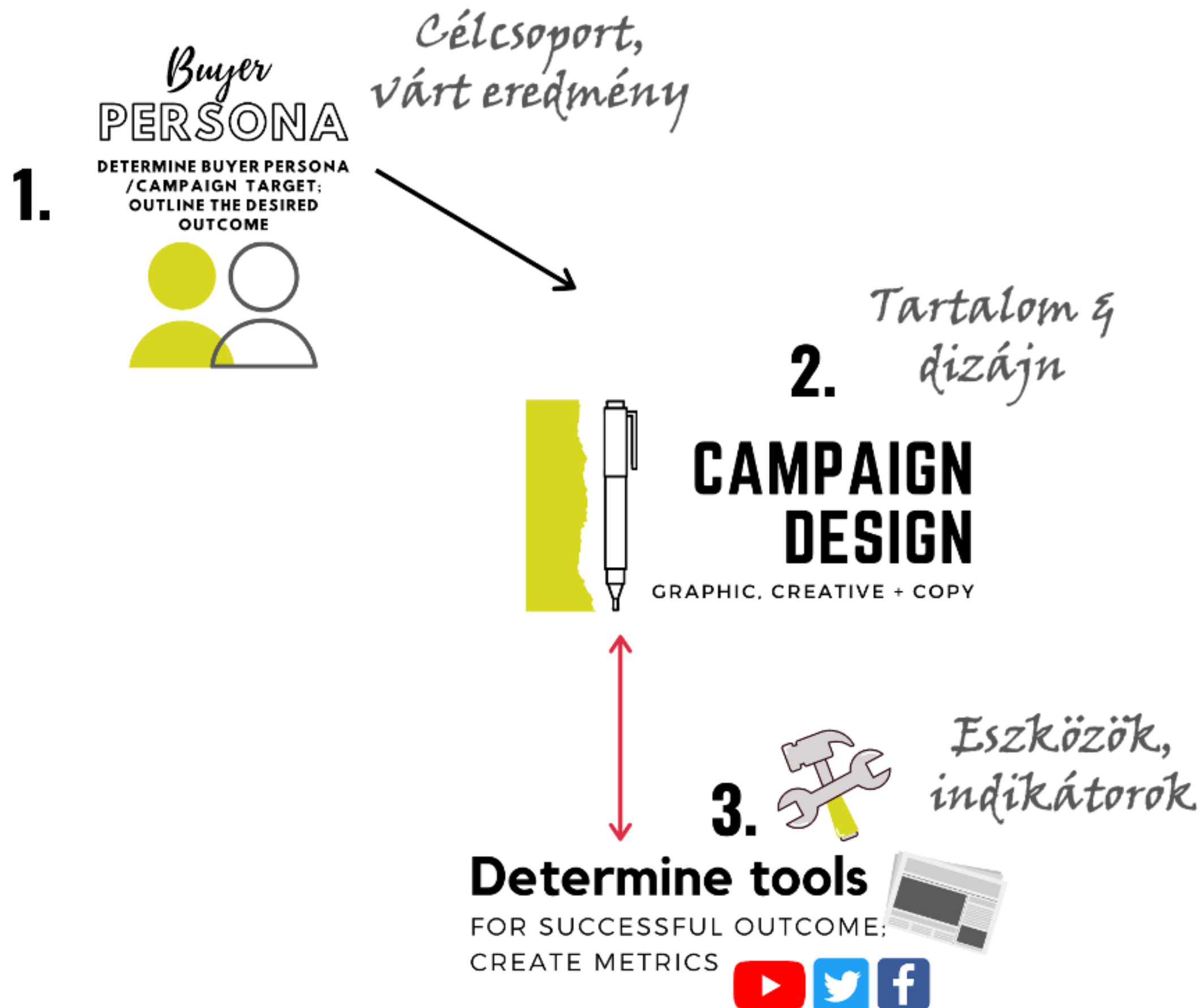
# 10 PERC SZÜNET

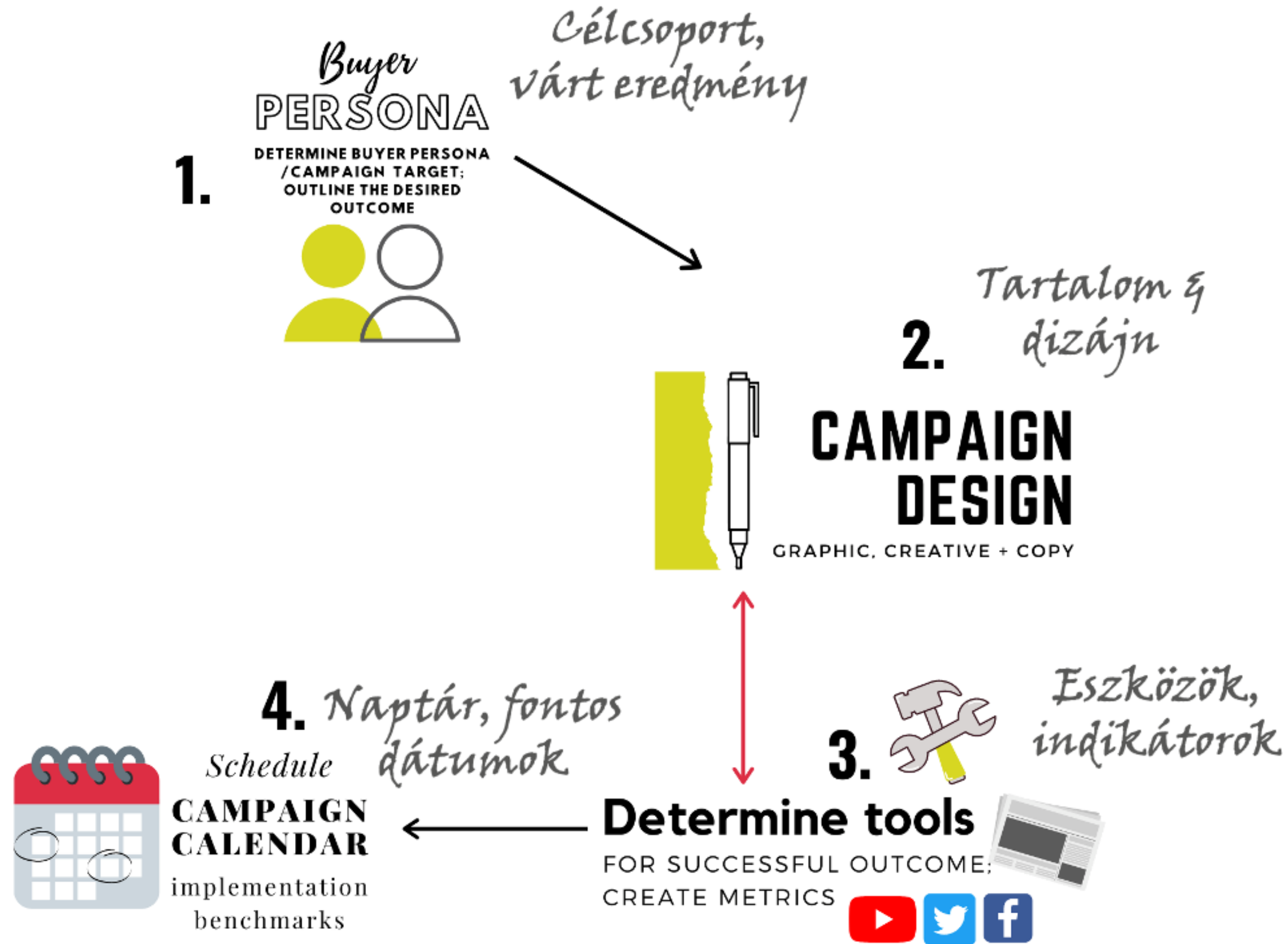


# Marketing Buyer Persona

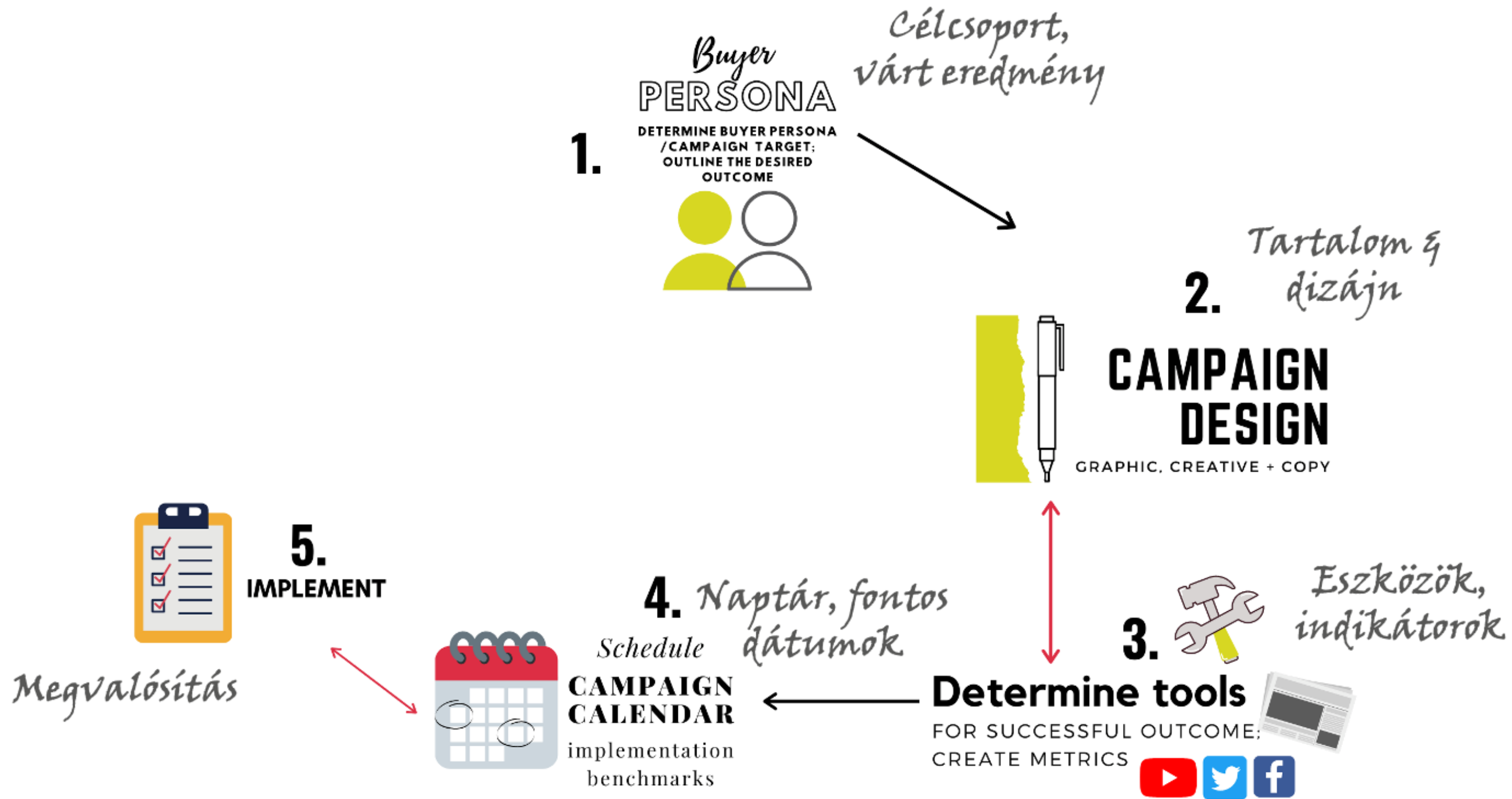


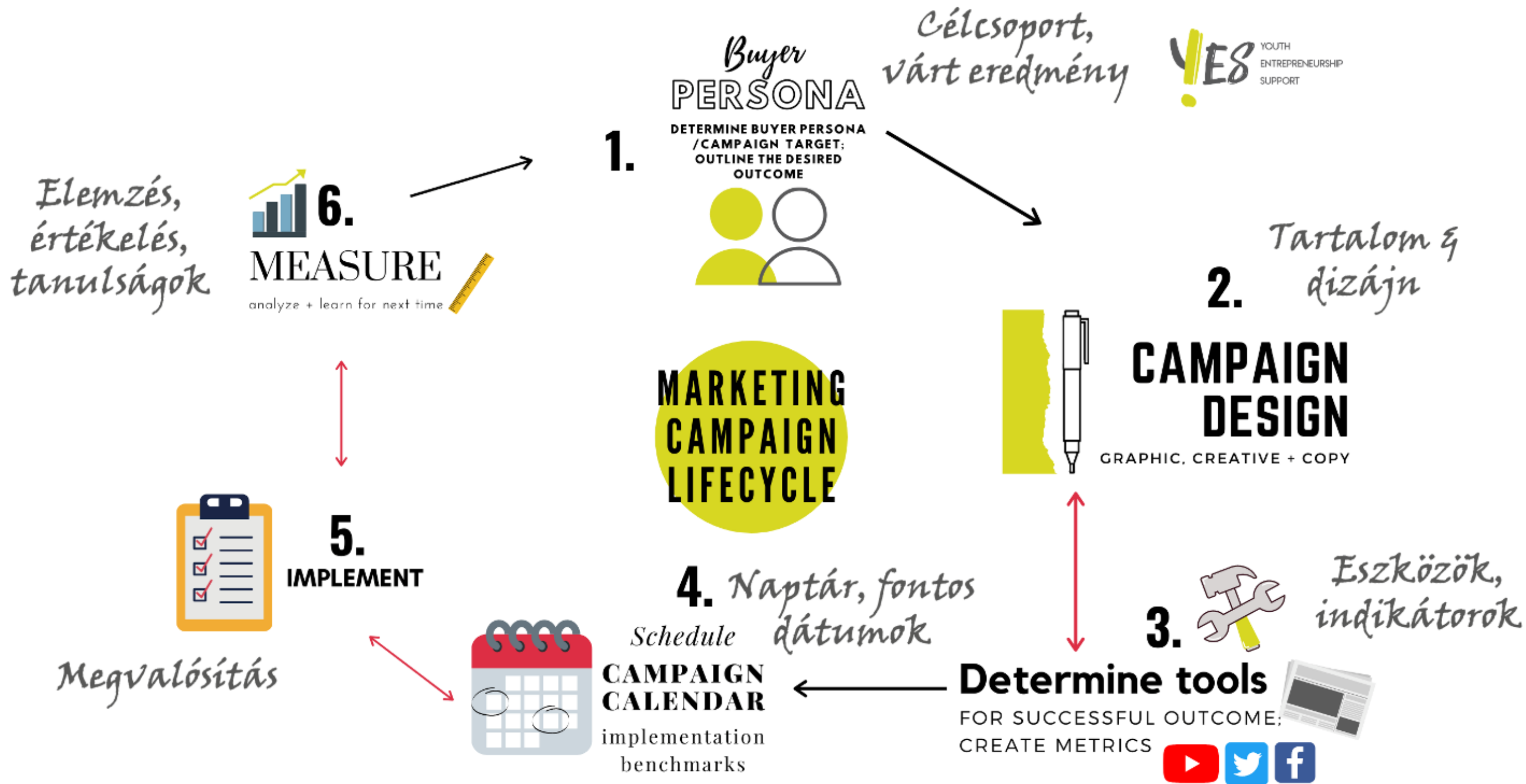














## Hogyan kezdj hozzá?

Gondold át  
alaposan **MIT**  
szeretnél  
értékesíteni

**KINEK** lehet a  
legnagyobb  
szüksége erre

Írd fel a fiktív  
vásárlód  
**JELLEMZŐIT**  
részletesen  
(kora, munkája,  
hobbija, autója,  
öltözködése)

## Építsük fel együtt *Vállalkozó Valit* (a minta vásárlót)

- Név és fotó – olyan nevet válassz, amiről tudni fogod melyik csoportot képviseli (pl. *Vállalkozó Vali*)
  - a fotó fontos, mert ettől személyesebbé válik
- Nem - nő
- Kor (kb. 5-10 éves intervallum) – pl. 25-32 éves
- Milyen pozícióban dolgozik – egy 5 fős cég tulajdonosa



## Építsük fel együtt *Vállalkozó Valit* (a minta vásárlót)

- Családi állapot – férjezett, 2 gyerek édesanyja
- Végzettsége – felsőfokú, turizmus egyetemet végzett, és ökoturizmusra szakosodott
- Mekkora jövedelme van – 80000 Euro éves jövedelme van



Created by Vectorportal.com

## Építsük fel együtt *Vállalkozó Valit* (a minta vásárlót)

- Honnan szerzi be az információkat – szakirodalmat olvas, interneten követi az újdonságokat, szaklapok, blogok, fórumok
- Milyen weboldalakat böngézik – a problémával kapcsolatos oldalakat keresi, női lapok, közösségi oldalak
- Mivel tölti a szabad idejét – főzés, outdoor sportok, tánc



Created by Vectorportal.com

## Építsük fel együtt *Vállalkozó Valit* (a minta vásárlót)

- Melyek a számára fontos értékek – gyors reagálási idő, pontos információk, rugalmasság, személyre szabottság
- Milyen gyakran vásárol (a termékedet) – havonta egyszer
- Hogyan vásárol/fizet (online/offline) – online, hitelkártyás fizetéssel
- Mi alapján dönt – termékleírás részletessége, vásárlói vélemények, ár





## Építsük fel együtt *Vállalkozó Valit* (a minta vásárlót)

- Milyen marketing üzenetekre reagál – call to action, last minute ajánlatok
- Mi a problémája, amire a terméked/szolgáltatásod a megoldás – stresszes hétköznapiak, sok számítógép előtt töltött munkaóra
- Mi a célja a termékkel/szolgáltatással – kikapcsolódni, feltöltődni
- Hogyan tudsz neki segíteni – wellness hétvége, masszázs



# MENNYIBE KERÜL?



# MENNYIBE KERÜL?



**BEFORE**



**AFTER**

# MENNYIBE KERÜL?

*Coca-Cola*